

Fútbol y muerte: variaciones alrededor de un *corpus*

Florencia CALVO

CANTOS, GRAFFITIS Y BANDERAS

Cualquiera de los trabajos anteriores con respecto a este tema hubiera empezado a partir de algunas preguntas acerca de la licitud de someter un deporte a un análisis crítico, sobre el lugar desde donde se puede reflexionar y, seguramente, hubiera ido aun más allá de cualquier especulación teórica al interrogarse acerca de la autoridad o no de un analista que quiebra el componente masculino tradicional del objeto en cuestión.

También podría haber apuntado, luego, a la legitimación teórica del objeto fútbol, aclarando las razones por las cuales se han intensificado y se deben seguir intensificando las miradas sobre él, más allá de condicionamientos genéricos. Sin embargo, desde el contexto de este trabajo, –el surgimiento de un área académica de investigación sobre deporte y sociedad–, esta introducción se hace más fácil, ya que estas preguntas previas parecen innecesarias; pero, por otro lado, se complica, puesto que hay que buscar una nueva forma de empezar el análisis.

Y esa otra forma puede ser la definición del objeto específico. El fútbol como objeto donde confluyen variados elementos tiene múltiples lugares por donde iniciar un análisis y una de esas puertas de entrada puede ser la hinchada de fútbol. Sin entrar a caracterizar qué es una hinchada, hecho por demás casi imposible, la propuesta del análisis –que se incrusta en un proyecto más amplio– tiene que ver con intentar una lectura de esas hinchadas, representantes en algu-

1. Por textualidad entiendo distintos entramados discursivos y no identifico texto con texto escrito.

2. Ahí está la gloriosa hinchada de San Lorenzo, / la que no tiene cancha, la que se fue al descenso / como no tiene cancha tiene supermercado / el domingo a la tarde van a hacer los mandados. Acá está la gloriosa hinchada de San Lorenzo, / la que no tiene cancha, la que bancó el descenso / como no tienen cancha tienen supermercado, / pero tienen un hijo boliviano y tarado. Son la mitad más uno, /son de Bolivia y Paraguay / yo a veces te pregunto: / Che negro sucio ¿vos te bañás? / Boca, qué asco te tengo, / lavate el culo con aguarrás. Vamos, vamos los xeneixes / vamos xeneixes, vamos a ganar / Somos la mitad más uno / somos el pueblo y el carnaval / Boca, te llevo en el alma / y cada día te quiero más.

nos aspectos de lo que se ha dado en llamar cultura popular a partir de tres de sus manifestaciones textuales¹, algunas específicas y otras no: los cantos, las banderas y los *graffitis*.

Los cantos fluctúan entre las hinchadas, son de todos y no son de nadie –por lo menos en su melodía– y necesitan ser llenados para obtener una identidad particular²; de esta manera hay elementos que se mantienen y otros que experimentan sutiles cambios para reconstruir un sentido de pertenencia. Más allá de su fijación textual para un análisis, los cantos de las hinchadas pertenecen al campo de la oralidad pura, hasta estos posibles cambios antes mencionados encuentran su correlato en otras manifestaciones de la cultura oral.

La estética de los *graffitis* ha sido abundantemente estudiada por la crítica. A medio camino entre la oralidad y la escritura, irrumpen en lo público desde lo privado y garantizan desde allí infinidad de receptores, interesados o no en la obligada lectura veloz, a diferencia de los cantos que circunscriben la recepción a un adversario textual o real o tal vez a determinados jugadores de un equipo.

Los *graffitis* de las hinchadas tienen una delimitación geográfica clara, no proliferan en cualquier lado sino que marcan dos territorios bien pautados: el propio y el ajeno. El territorio propio es generalmente el cercano a las canchas (en Parque Patricios los globitos en las paredes, símbolos del club Huracán, son innumerables) mientras que el ajeno también tiene que ver con los alrededores de las canchas, pero de los rivales. Hay territorios en pugna (en el Bajo Belgrano coexisten los *graffitis* de Defensores y de Excursionistas) pero, finalmente, el *graffiti* futbolístico da cuenta de una situación de poder: la hinchada que ostente mayor dominio del espacio público será quien mayor dominio tendrá del territorio.

En ambos territorios el *graffiti* es la huella de la presencia de la dominación sobre ese ámbito y, en el caso del espacio rival, una muestra de debilidad del enemigo que es incapaz de custodiarlo correctamente.

El último elemento propuesto para la lectura de una hinchada son las banderas que, a diferencia de los cantos, tienen un dueño reconocible: la hinchada que exhibe las propias y las robadas como trofeo de guerra. La bandera en sí es un objeto de culto, una demostración de poder y un desafío, es la bandera del país de la hinchada, tiene sus ceremonias de izamiento y de arrió; como los *graffitis* delimita geográficamente la distribución de los hinchas, aunque ya no en el espacio urbano sino en la cancha; la no bandera es una señal de conflicto y un lugar en blanco en el medio de la tribuna.

A medio camino entre la estética de los cantos y la de los *graffitis* se constituyen las inscripciones en las banderas. En este soporte particular estas inscripciones presentan un campo interesante de análisis que oscila dentro de la ecuación oralidad-escritura; al igual que las inscripciones callejeras están fijadas escrituralmente y, sin embargo, la mayoría de las veces presentan un desarrollo lingüístico sintético característico de los códigos orales. Se puede pensar en un análisis de este tipo de inscripciones desde su consideración como lugares de transición de la cultura oral, como posibles huellas de la oralidad en culturas escritas.

Este lugar de transición entre lo oral y lo escrito une los *graffitis* con las inscripciones de las banderas y distancia a ambos de los cantos de las hinchadas; otra diferencia tiene que ver con su recepción. Los cantos construyen un destinatario textual, desde los vocativos que se introducen –coincida o no ese adversario textual con el adversario real del momento–; no están pensados, sin embargo, para una circulación amplia y, en escasas oportunidades, son reapropiados por los medios masivos³.

La recepción de los *graffitis*, irrupción forzada dentro del espacio público, es más amplia que la de los cantos pero es menos masiva que la de las inscripciones en las banderas. Éstas, como la mayoría de las marcas visuales que rodean al fútbol (hinchas disfrazados, festejos de los jugadores al hacer los goles, etc.) están producidas desde la premisa de una recepción mediática y, particularmente, televisiva; están pensadas desde la posibilidad de participación en un proceso espectáculo que no necesita protagonistas, ya que el mismo espectáculo es su propio protagonista.

Esta hipótesis se ve corroborada por la aparición de banderas con nombres de personas, de peñas, de barrios o ciudades, de grupos musicales, siendo todos ellos lugares de reconocimiento en una instancia posterior (televisión o medios gráficos)⁴.

Desde la premisa de que estos tres elementos condicionan la lectura de la hinchada, pueden arrancar distintos análisis: algunos que trabajan con la construcción de identidades específicas⁵ y otros que describen e intentan la explicación de ejes temáticos comunes.

MUERTES AJENAS, MUERTES PROPIAS

El fútbol está estigmatizado como uno de los lugares de la muerte. Por ello, gran cantidad de público sólo se acerca a

3. Para una definición precisa de los cantos de las hinchadas y su relación con los medios es imprescindible el artículo de Martín Kohan, "Fútbol: estática de lo ya pensado". *El Ojo Mocho* 7. Buenos Aires, primavera 1994.

4. El propio arbitraje, desde la aparición del *telebeam*, puede considerarse como otro elemento del fútbol que completa su significado con la transmisión mediática.

5. En un trabajo anterior analizo las identidades de las hinchadas chicas como inversoras de relaciones de poder

desde la respuesta-burla presente en sus banderas a las banderas de las hinchadas grandes.

6. Para la relación entre fútbol y globalización remito nuevamente al artículo de Martín Kohan.

él en sus momentos de *fair play* (mundiales y olimpiadas⁶), que aparentemente son los periodos en los que la muerte se conjura a partir de la seguridad.

En este mito, la ecuación no es fútbol=muerte sino fútbol=violencia, es decir que la muerte no es ya la propia sino la ajena. Sin embargo, esta división entre muertes propias y ajenas no está referida a la muerte individual sino que es, en realidad, una división entre muertes de la propia hinchada y muertes de los rivales. Así, la muerte se socializa, inversamente a lo que ocurre con la muerte de fin de siglo que se expulsa de la sociedad.

Las muertes propias, las muertes de la hinchada, sean tal vez las que tengan el *corpus* más amplio. En primer lugar están las que recuerdan hinchas particulares desaparecidos. Son, básicamente, inscripciones en las banderas. El hincha muerto no sólo no pierde su nombre luego de la muerte sino que, además, el lugar que continúa teniendo en la tribuna se amplía a través de la transmisión mediática masiva ya definida para las banderas.

Hay, sin embargo, otras muertes en las hinchadas, son las que aún no ocurrieron. Banderas con inscripciones como “Huracán, el día que el Señor me lleve te seguiré alentando desde el Cielo” son comunes, con algunas variaciones, en bastantes hinchadas.

Este enunciado en primera persona es anónimo, no lleva firma alguna, los únicos apelativos que presenta son el nombre del equipo y el de la divinidad. Este sujeto textual que se instaura desde el anonimato conjura la muerte desde la trascendencia, desde la posibilidad de ser aún más poderoso que este poder divino. No sólo sabe de antemano que su destino es el paraíso sino que además podrá controlar allí sus acciones tal como lo hace en la Tierra; y no cualquier acción sino la certeza de que la relación con su equipo no será afectada ni siquiera por la muerte.

Estas inscripciones tienen su correspondencia también en algunos cantos; hay uno que es casi igual: “El día que me muera / yo quiero mi cajón / pintado rojo y blanco / como mi corazón”.

Un sujeto idéntico que se construye en primera persona y que también hace alusión al día de la muerte. Un testamento sería el intertexto relevante, se adelanta la última voluntad de quien va a morir. Sin embargo, el destinatario ya no es el equipo sino el resto de los hinchas, aquéllos que luego pondrán el nombre en las banderas. El sujeto textual está representado metonímicamente por el corazón que tiene que ver con el momento actual, el de la vida, y el cajón que refiere

al día de la muerte. A partir de su equiparación desde la introducción del cómo (ambos están pintados de rojo y de blanco) se confunden los momentos de la vida y de la muerte, o mejor dicho el momento de la muerte desaparece y también queda conjurado como en el caso anterior. Aquí, sin embargo, no está presente la idea de trascendencia.

Esta capacidad de vencer la muerte, dada en los cantos y en las banderas, tiene su correspondencia en un *graffiti* por demás ambiguo: “River es como el sida, se lleva en la sangre”. Este *graffiti*, que podría prestarse a confusión, ocupa una pared en un espacio propio de la hinchada de River junto con otras inscripciones, que implican la huella de esa presencia en territorios propios que se mencionaba más arriba.

La identificación del equipo con una enfermedad mortal es lo que hace que este *graffiti* se introduzca en el *corpus*. El triunfo sobre la muerte, expresado en cantos y banderas, encuentra su correlato en la positivización de enfermedades mortales, aunque éstas sean convencionalmente construidas como símbolo de marginalidad. Curiosamente, esta inscripción no tiene marcas que refieran a un sujeto textual puesto que es un enunciado impersonal. El sujeto queda borrado detrás de la impersonalidad, sin embargo su borramiento no es completo puesto que deja entrever su propia letra. Una posible explicación de la diferencia entre las primeras personas de los ejemplos anteriores y ésta podría radicar en que, a partir de la comparación, una posible inferencia es: Lleva en la sangre las dos cosas, el sida y a River. La inversión de la marginalidad de la enfermedad sólo se intenta en tanto enfermedad y no en relación con el sujeto que la porta, que sigue siendo marginal (excepto una vez muerto que es recuperado por la hinchada)⁷. Estas relaciones con enfermedades son posibles a partir, entonces, de la certeza de inmortalidad.

Las muertes propias de ese sujeto textual que se construye desde una primera persona y que engloba todas las muertes de los hinchas, traen asegurado no sólo un cajón embanderado sino también una trascendencia como hinchas. La muerte no quita lo más importante, la posibilidad del aliento eterno en la tribuna, la extensión *ad infinitum* del carnet de vitalicio.

MUERTES AJENAS

Las muertes ajenas⁸ ya sucedidas, muertes de hinchas de otros equipos ubicables cronológica y espacialmente, son textualizadas generalmente por las hinchadas responsables

7. En este mismo grupo se puede incluir la bandera de la hinchada de Newell's Old Boys de Rosario que dice “Enfermos de lepra”. La similitud es la autoadjudicación de una enfermedad marginal, a partir de la pertenencia a una hinchada particular y la diferencia es que esa denominación (enfermos de lepra) es una denominación ya institucionalizada por lo cual se relativiza toda marginalidad tanto de la enfermedad como de los sujetos que la poseen que en este caso sí pueden ser fácilmente reconocibles como los que están en las tribunas.

8. El presente trabajo plantea un análisis discursivo de diferentes

manifestaciones textuales acerca de la muerte producidas desde las propias hinchadas. Si bien no se propone directamente un análisis más profundo, intenta arrojar alguna luz sobre temas tales como, por ejemplo, el funcionamiento de la violencia en la cultura popular. Es por esto que no se debe ver aquí un mero análisis de los textos por el análisis en sí ya que, en este caso particular, podría parecer una deformación metodológica siniestra.

9. Por supuesto que no es esto algo novedoso en las hinchadas de fútbol. Otros contextos culturales también dan cuenta de esto: “¿Quién mató al Comendador? Fuenteovejuna señor”.

de esas muertes. Hay algunas excepciones, pero en la mayoría son los responsables de las muertes los que se encargan –a la manera de la épica– de dejar grabados esos episodios.

En estos casos la muerte es un trofeo, un símbolo de poder frente a la debilidad de la hinchada que es herida. Se tiene la capacidad de decidir sobre la vida y la muerte ajena y así los muertos se van acumulando y contabilizando como los goles. Al igual que en las muertes propias, los muertos rivales también salen de su anonimato después de morir:

Les matamos a Basile...

Saturnino, Saturnino,
Saturnino se murió,
le tiramos con un caño
y el boludo cabeceó.

Ya no es más el sujeto en primera persona del singular el que enuncia sino un plural que representa a la totalidad de la hinchada. Si la idea de trascendencia se hacía más fuerte, al referirla a un solo sujeto enunciador, la utilización del plural en estos casos permite que se extienda el “heroísmo” a toda la hinchada y que además se borre la culpabilidad de una sola persona frente a un posible interrogatorio policial⁹.

Por otra parte, en este segundo ejemplo ni siquiera es toda la hinchada la responsable de la muerte ajena sino que es el propio muerto, quien estaba en la cancha sin conocer las reglas del juego que estaba viendo (no se cabecea un caño sino la pelota, le tiraron un caño y encima lo cabeceó).

A partir de la ingenuidad del protagonista del hecho (y a partir de una comodidad métrica, un nombre de cuatro sílabas repetido dos veces completa el octosílabo) es que se introduce el nombre. Resta agregar que la textualización de este tipo de muertes se produce básicamente en los cantos.

Hay otra manera de introducir las muertes rivales, la predicción a futuro:

... le vamos a prender fuego,
matar una gallina
y a Racing el tercero.

Este último tipo de muertes no tiene nada que ver con las predicciones a futuro de la ida al Cielo: éstas son muertes violentas, de rivales acérrimos y que, en algunos casos, ya

tienen una tradición previa. Se corresponden con algunos *graffitis* que presagian la muerte de todas las hinchadas:

Defe puto, vas a morir (Bajo Belgrano).
Chicago cagón, vas a morir (cancha de All Boys).

en donde el único nombre propio que en ellos aparece es el del equipo amenazado.

En este caso estas muertes están íntimamente ligadas al triunfo dentro de la cancha, muchas veces esta muerte es sólo la metáfora de la derrota¹⁰. A partir de la utilización del lenguaje en su dimensión performativa se instaura la certeza en las decisiones futuras sobre vidas-muertes ajenas.

ALGUNAS CONCLUSIONES

La relación entre fútbol y muerte excede en mucho el análisis de una serie de cantos, de banderas o de *graffitis*. Hay otros elementos que podrían colaborar en un acercamiento de este tipo. Sin embargo el trabajo con este tópico, desde estas tres coordenadas, sirve para echar luz sobre determinadas cuestiones importantes.

En primer lugar, las muertes propias están claramente diferenciadas de las ajenas: la muerte propia es la inmortalidad, es el nombre potenciado muchas veces por la transmisión mediática, es la recuperación de un lugar hasta ese momento anónimo; la muerte propia es también el momento del respeto a la última voluntad, la recuperación del alma en el Cielo y la pérdida de un cuerpo, tal vez ya inutilizable (con sida o con lepra); la muerte propia es una instancia en la vida del hincha que solamente desplaza espacios, de la cancha al Cielo, del corazón al cajón; la muerte propia es la conjura de la propia muerte.

Por otro lado, la muerte en una hinchada rival abre la posibilidad de construir una crónica del hecho, inicia una forma particular de solidaridad entre los posibles culpables y provee a la hinchada de determinado poder frente a las demás. Paradójicamente, es una forma de darle a quien ha muerto la oportunidad de ser eterno desde la recuperación de la hinchada a la cual pertenecía: Saturnino es, por ejemplo, enterrado en un cajón envuelto en la bandera de Boca.

Hasta aquí un intento de descripción de algunos temas que aparecen en los tres elementos definidos para leer un ámbito particular de la cultura popular, la hinchada de fútbol. La posición frente a la muerte y los distintos tipos de

10. Un ejemplo de esto puede verse en: "Quiero la Libertadores / y una gallina matar, / yo te quiero Boca Juniors, / yo te quiero de verdad".

muerte que se definen pueden ser un buen punto de entrada para un análisis que, desde lo discursivo, dé cuenta de diferentes procesos que se están operando en este cambiante objeto *fútbol del fin del milenio*.